

(19) 日本国特許庁 (J P)

(12) 公開特許公報 (A)

(11) 特許出願公開番号
特開2002-74166
(P2002-74166A)

(43) 公開日 平成14年3月15日 (2002.3.15)

(51) Int.Cl. ⁷	識別記号	F I	テーマコード* (参考)
G 0 6 F 17/60	3 2 6	G 0 6 F 17/60	3 2 6 5 B 0 4 9
	Z E C		Z E C
	3 1 0		3 1 0 E

審査請求 未請求 請求項の数 4 O L (全 6 頁)

(21) 出願番号 特願2000-262705 (P2000-262705)

(22) 出願日 平成12年8月31日 (2000.8.31)

(71) 出願人 000003207

トヨタ自動車株式会社

愛知県豊田市トヨタ町1番地

(72) 発明者 近藤 健治

愛知県豊田市トヨタ町1番地 トヨタ自動車株式会社内

(74) 代理人 100075258

弁理士 吉田 研二 (外2名)

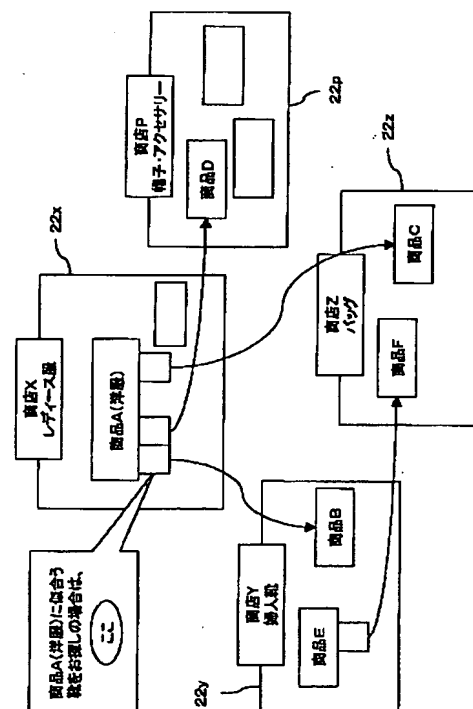
Fターム(参考) 5B049 BB11 CC02 CC05 CC08 GG00

(54) 【発明の名称】 オンラインショッピングモールシステム

(57) 【要約】

【課題】 関連商品の購入を容易にする。

【解決手段】 顧客がレディース服のサイト22xにおいて、商品Aを購入した際に、予め登録されているその商品に似合う靴、帽子、バッグなど他のサイト22の商品が紹介される。これによって、顧客は、1つの商品を購入した際にそれに似合う商品を容易に購入できる。



【特許請求の範囲】

【請求項 1】 複数の商品販売サイトが含まれるオンラインショッピングモールシステムにおいて、

それぞれの商品販売サイトは、自己の取り扱っている商品についての情報を掲載するとともに、

自己サイトで取り扱っている商品に関連する商品であって、他のサイトで取り扱っている商品についての商品情報を掲載するオンラインショッピングモールシステム。

【請求項 2】 請求項 1 に記載のシステムにおいて、前記他のサイトで取り扱っている商品について、商品情報を提供した場合に、その商品提供についての手数料を当該他のサイトに計上するオンラインショッピングモールシステム。

【請求項 3】 請求項 2 に記載のシステムにおいて、前記手数料は、情報を提供した商品が実際に販売されたときに計上されるオンラインショッピングモールシステム。

【請求項 4】 複数の商品販売サイトが含まれるオンラインショッピングモールシステムにおいて、顧客が購入した商品に関する情報を公開し、その公開した購入商品に関連する商品情報を複数のサイトから収集し、顧客に提示するオンラインショッピングモールシステム。

【発明の詳細な説明】

【0001】

【発明の属する技術分野】 複数の商品販売サイトが含まれるオンラインショッピングモールシステムに関する。

【0002】

【従来の技術】 従来より、インターネットなどを利用されたオンラインショッピングシステムが普及しており、多種多様な商品を取り扱うオンラインショッピングシステムも増えてきている。このような多様な商品を取り扱う場合には、多数の商品提供者がそれぞれ自己のサイトを用意し、これらサイトを集めて、モール形式にしたものが多い。このオンラインショッピングモールでは、顧客はモール内の多数の店舗の中から興味のある店舗（サイト）を選択し、気に入った商品があった場合に、そのサイトから商品を購入することができる。そして、通常の場合、購入した商品の代金は、通常顧客がモール経営者を介しそのサイトに支払い、商品は宅配便などの配送される。

【0003】 このようなオンラインショッピングモールではいろいろな専門店の多種多様な商品を吟味することができ、また好きなときに好きなだけ商品の吟味をすることができ、各種商品を比較した上で購入できる。そして、このようなことを自宅のコンピュータ上で行うことができるため、非常に便利なシステムである。

【0004】

【発明が解決しようとする課題】 しかし、このようなオンラインショッピングモールにおける買い物でも、なるべ

く買い物を効率的に行いたいという要求もある。例えば、服を購入した際に、その服に似合う靴が欲しいなどという要求もある。このような場合、他のサイトに行き、改めて靴を探さなければならず、効率的でないという問題点があった。

【0005】 本発明は、上記課題に鑑みなされたものであり、関連商品の購入を効率的に行うことができるオンラインショッピングモールシステムを提供することを目的とする。

10 【0006】

【課題を解決するための手段】 本発明は、複数の商品販売サイトが含まれるオンラインショッピングモールシステムにおいて、それぞれの商品販売サイトは、自己の取り扱っている商品についての情報を掲載するとともに、自己サイトで取り扱っている商品に関連する商品であって、他のサイトで取り扱っている商品についての商品情報を掲載する。

20 【0007】 このように、1つの商品に関連する商品情報が得られるため、1つの商品を買った際に、その商品にマッチする他の商品などを容易に購入することができる。

【0008】 また、前記他のサイトで取り扱っている商品について、商品情報を提供した場合に、その商品提供についての手数料を当該他のサイトに計上することが好適である。これによって、他のサイトの情報を提供するメリットが明確になる。

【0009】 また、前記手数料は、情報を提供した商品が実際に販売されたときに計上されることが好適である。

30 【0010】 また、複数の商品販売サイトが含まれるオンラインショッピングモールシステムにおいて、顧客が購入した商品に関する情報を公開し、その公開した購入商品に関連する商品情報を複数のサイトから収集し、顧客に提示することを特徴とする。このようにして、1つの商品を購入した場合に、その商品に似合う商品についての情報を容易に得ることができる。

【0011】

【発明の実施の形態】 以下、本発明の実施の形態（以下実施形態という）について、図面に基づいて説明する。

40 【0012】 図 1 は、システムの全体構成を示す図であり、多数のユーザ端末 10 がインターネットなどのネットワーク 12 に接続されている。このネットワーク 12 には、ショッピングモール 20 も接続されている。

【0013】 ユーザ端末 10 は、通常のパソコンであり、適当なブラウザにおいて、ショッピングモール 20 の URL を入力することで、ユーザ端末 10 がショッピングモール 20 に接続される。

50 【0014】 そして、このショッピングモール 20 のホームページにリンクして、各種の商品を売るサイト 22、図においては A サイト 22a ~ Z サイト 22z が存

3

在する。ショッピングモール20に接続すると、ショッピングモール20全体の情報が提供され、その中で顧客が希望するサイト22を選択することができる。

【0015】ショッピングモールにおける情報は、テキストであってもよいが、通常は写真、動画像などを組み合わせたものである。さらに、モール全体を3次元空間として表現して、その中を顧客がバーチャルに歩き回り、入りたいと思った店舗（サイト22）を選択できるようにすることも好適である。

【0016】このようにして、顧客は、ユーザ端末10を操作して、ショッピングモール内の各店舗において各種商品を見ることができる。例えば、希望の商品を選択することでその商品について各種の情報を得ることができる。そして、購入する場合には、その商品を選択して買い物かごに入れる。複数のサイト22を訪れ、複数のサイト22の商品を1つの買い物かごに入れることができる。

【0017】そして、最終的に購入を決定した場合には、顧客が購入ボタンを操作し料金支払い方法などを決定して、購入手続が完了する。これによって、購入した商品は、各サイト22の経営主体から宅配便などにより納品される。料金の支払いは、クレジットカードのナンバーを入力したり、代金着払いとしたり、料金支払い用に予め登録されている会員ナンバーを入力することによって行う。また、送り先である顧客住所、氏名等も予め登録させておき、顧客IDなどから特定できるようにしておくことが好ましい。さらに、ショッピングモールに入るときに、これらの操作によって顧客を特定させることもできる。

【0018】本実施形態では、このようなショッピングモールにおいて、1つのサイト22での買い物がより便利になるように工夫されている。例えば、図2に示すように、店舗Xのサイト22xが、レディース服のサイトであったとする。顧客はこのサイト22pの中で、各種のレディース服を選ぶことができる。そして、商品Aというレディース服を購入した場合に、このレディース服に関連した商品の情報が提供される。例えば、図2に示すように、「この商品A（洋服）に似合う靴をお探しの場合は、（ここ）」という表示があり、（ここ）を選択することによって靴を販売する店舗Yのサイト22yにおける商品B（靴）の情報が表示される。従って、顧客は、提示された靴について検討し、購入するか否かを決定することができる。購入の場合には、買い物かごにその商品Bを入れればよい。また、店舗Zのサイト22zのバッグ、店舗Pのサイト22pの帽子なども同様に提示される。なお、上述の例では、商品Aを実際に購入した場合に関連商品の情報を提供したが、これに限らず、顧客が商品Aに興味があることを示す行為を行った場合に関連商品の情報を提供することも好適である。例えば、商品Aの具体的内容を表示させたときや、一旦買

4

い物かごに入れた場合にも関連商品の情報を提供するとよい。

【0019】従来のショッピングモールでは、各店舗毎にその店舗において取り扱う商品を販売している。従って、各店舗で販売している商品間の関連については基本的に考えていない。一方、顧客の立場からすると、関連性がある商品であれば、1つの店で売っていれば、いろいろの店舗を探し回る手間が省ける。特に多数の店舗があるモールでは、探すのが大変である。

10 【0020】本実施形態によれば、1つの商品に対し、他商品特に他サイト22の商品が関連づけられている。従って、関連商品の購入が非常に容易になる。

【0021】このような関連づけ自体は、自己のサイト22の商品に関連づけて他商品のURLを埋め込むことで容易に行える。一方、この関連づけは、単に他のサイト22の商品であるだけでなく、商品Aに似合うものである必要がある。すなわち、靴屋のサイト22yのトップページに飛ぶのでは意味がない。

20 【0022】本実施形態では、各商品について、予め関連商品について情報を掲載できるように各サイト22を構成しておくとともに、各商品について関連商品の掲載を受け付けるシステムが用意されている。すなわち、モールの各サイト22では、他サイト22の商品をチェックし、その商品に対し、似合う自己の商品を割り付ける。これによって、他サイト22の商品について自己の商品を関連づけることができる。ここで、割り付けられる側のサイト22の経営者による商品を得た場合のみ、掲載が許可されるようにすることが好ましい。

30 【0023】この作業は、自己の商品の販路拡大のための営業の1つであり、各サイト22の経営者は、自己の商品の販路拡大のため、自発的に行う。また、自己の商品がどのような商品に似合うかは、それを販売する側において熟知しており、専門家としての関連づけが行える。さらに、関連づけられた商品のサイト22においては、その関連づけの要求があった商品同士が似合うかどうかについて専門家として判断ができる。

40 【0024】そこで、顧客は、専門家の関連づけに基づく関連商品を容易に知ることができ、その情報を基に商品を購入するか否かを判断できる。そして、関連づけられる商品のその数が限定されているため、容易に選択が行える。なお、1つの商品に対し、要求があるからといってあまりに多くの商品を割り付けるのは好ましくなく、その数は限定することが好ましい。

50 【0025】また、このように関連づけは、各サイト22において、互いに利益が得られるものであり、関連づけについての料金は全くなくしてもよい。しかし、他のサイト22の買い物に関連づけされた商品が販売できたのであれば、そのことについて仲介料のようなものを支払うシステムとすることも好適である。例えば、関連づけした商品Cが販売された場合において、売り上げの数

%を元の商品Aを販売したサイト22xに計上することができる。

【0026】この売り上げ計上の方式の例を図3に示す。店舗Xのホームページにおいて、その店舗Xの商品Aと、これに関連づけられている店舗Yの商品Bが購入された場合、この購入の情報は、モール経営会社24に供給される。この際の注文の識別データは、「店XID/商品AID/店YID/商品B」のようになっており、店Yにおける商品Bの購入が店Xにおける商品Aの購入に関連して行われたことがわかる。そこで、モール経営会社24において、店Xの商品Aの購入に対し、所定の割合の仲介料を店舗Xに対し計上する。

【0027】また、商品Aの購入に関連した商品Bの購入が後日行われる場合もある。この場合にも、同様の処理を行うことが好ましい。

【0028】例えば、図4に示すように、商品Aを購入した後、関連商品Bを閲覧した場合に、この商品Bを買い物かごに入れておく。この場合、店舗XのIDを含む商品Aのアドレスも記憶しておく。これによって、その顧客が後日、買い物かごの中の商品Bを購入した場合に、商品Aの購入を仲介として、商品Bが購入されたことがわかり、店舗Xに売り上げの数%を計上することができる。

【0029】また、図4に示すように、店舗Xから店舗Yの商品Bを見た段階で、その商品アドレス（店舗XのIDを含む商品Bのアドレス）および顧客識別情報（顧客ID）がモール経営会社24のサーバに送られ、ここに記憶される。

【0030】そこで、その後当該顧客が商品Bを購入した場合に、この関連づけが存在することにより、商品Aの購入を仲介として、商品Bが購入されたと判断され、店舗Xに売り上げの数%を計上することができる。

【0031】次に、1つの商品購入があった場合に、それに関連する商品を公開受け付けする手法も好適である。

【0032】すなわち、図5に示すように、顧客Aが店舗Xから商品Aを購入した場合、この情報は、モール経営会社24に提供される。すなわち、商品A&顧客ID&店舗XのIDからなる商品購入情報がモール経営会社24に供給される。

【0033】この商品購入情報を受け、モール経営会社24は、顧客Aに対し、購入商品Aに関連し何か商品の公開注文をするかを問い合わせる。例えば、顧客Aが商品A（服）に似合う靴が欲しいという注文を出した場合、モール経営会社24は、自己のホームページで、商品Aに関連する商品を公開納入受け付けする。

【0034】すなわち、商品Aの内容を示すとともに、これに似合う商品があれば、その商品情報を提供するように求める。モール内の各店舗では、自己の商品の販売のために、公開納入受付を監視しており、例えば店舗

Y、Zが商品B、Cをそれぞれ、公開納入受付に納入する。

【0035】モール経営会社24は、この公開納入された商品の情報を顧客Aに提示する。これによって、顧客Aは、購入した商品に似合う靴などの関連商品についての情報を得ることができ、気に入った場合にそれを購入することができる。

【0036】このシステムによっても、顧客は、1つの商品を購入した場合にそれに似合う商品を自分で探す必要がなくなる。また、専門家の推薦による商品の提示を受け、自分の好みかを判断できる。さらに、提示を受けてもその購入について何ら義務は発生せず、気楽に関連商品情報の提供を受けることができる。また、1つの店舗の意見ではなく多数の店舗からの情報を得ることができ、広く関連商品情報を得ることができる。

【0037】また、このシステムの場合、店舗Xから商品Aを購入したことをモール経営会社24が認識しており、顧客が商品提示を受けて、商品を購入した場合に、店舗Xへ所定の売り上げを計上するとよい。

【0038】なお、公開納入受付においては、顧客を公開せず、また商品提示では、どの店舗の商品であるかを顧客に提示しないことが好ましい。これによって、公開システムによる店舗Xへの売り上げ計上を確実にすることができる。また、モール経営会社24が、商品提示時に、顧客と提示する商品B、Cの関係を記憶しておくことが好ましい。これによって、その後顧客Aが商品Bを後日購入した場合でも、店舗Xに売り上げを計上することができる。また、この場合には提示した商品の店舗を提示してもよい。

【0039】なお、上述のような処理において、モール経営会社24は、売り上げの数%を取得する。

【0040】また、モール経営会社24は、各店舗から例えば固定の出店料を徴収することにし、店舗の紹介に基づき出た売り上げの数%は、紹介元の店舗Xへのみ計上してもよい。また、店舗の紹介による売り上げの数%分は、モール経営会社24の儲けになるようにし、店舗Xには、その数%に見合うポイントを計上し、そのポイントに応じて出店料を減額するようにしてもよい。

【0041】さらに、他のショッピングモールや、現実の店舗で購入した場合においても、顧客が購入商品についての情報を提供した場合には、公開注文ができるようにしてもよい。その場合には、公開注文に応じた商品取引が成立した場合には、その売り上げの数%はモール経営会社24の収益になる。さらに、モールで購入した商品であれば、所定期間（購入者が、予め決められた所定の範囲内で、所定の期間）だけ、モール経営会社24のサーバに商品情報を蓄積しておき、顧客は好きなときにその情報を利用して公開注文を行うことができるようにすることも好適である。これにより、顧客は自分で商品情報を入力しなくてもよく、モール内外商品で差別化が

でき、モール内での購入を促進できる。

【0042】このように、本実施形態では、顧客が1つの商品を購入した場合に、その商品に似合う関連商品を公開納入（公開入札）させる。そこで、顧客は入札された商品の中から気に入った商品を選ぶことができる。また、販売者としては、購入する可能性が高い顧客に対し、自己の商品をPRすることができる。

【0043】なお、上述の例では、服に対し、靴、バッグ、帽子、アクセサリを関連商品とした。しかし、関連商品は、各種あり、どのようなものに適用してもよい。例えば、ワインにチーズ、パーティーグッズに音楽（CD）、海外旅行ガイドブックに旅行グッズなどが挙げられる。

【0044】

【発明の効果】以上説明したように、本発明によれば、1つの商品に関連する商品情報が得られるため、1つの商品を買った際に、その商品にマッチする他の商品などを容易に購入することができる。

【0045】また、前記他のサイトで取り扱っている商

品について、商品情報を提供した場合に、その商品提供についての手数料を当該他のサイトに計上することで、他のサイトの情報を提供するメリットが明確になる。さらに、顧客が購入した商品に関する情報を公開し、その公開した購入商品に関連する商品情報を複数のサイトから収集し、顧客に提示することを、1つの商品を購入した場合に、顧客がその商品に似合う商品についての情報を容易に得ることができる。

【図面の簡単な説明】

10 【図1】 システムの全体構成を示す図である。

【図2】 関連商品の情報提示のシステムを示す図である。

【図3】 同時購入の際のデータを説明する図である。

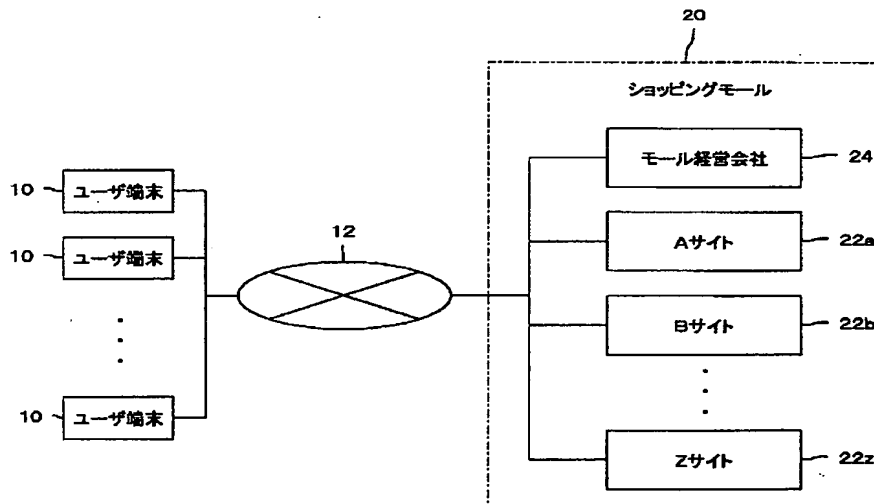
【図4】 後日購入の際のデータを説明する図である。

【図5】 公開納入のシステムを示す図である。

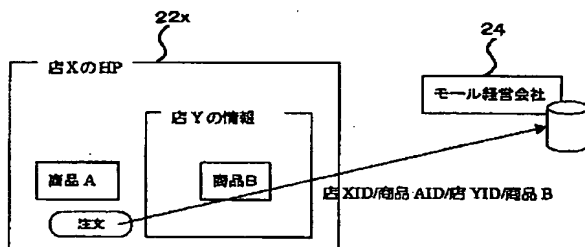
【符号の説明】

10 ユーザ端末、12 ネットワーク、20 ショッピングモール、22サイト、24 モール経営会社。

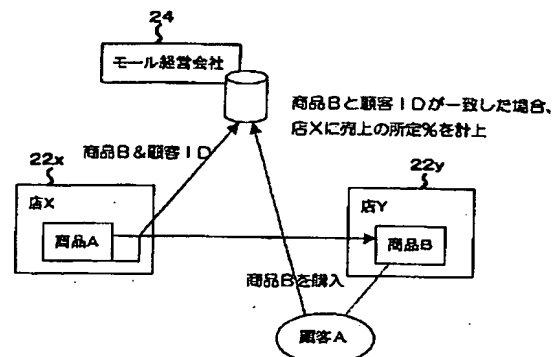
【図1】



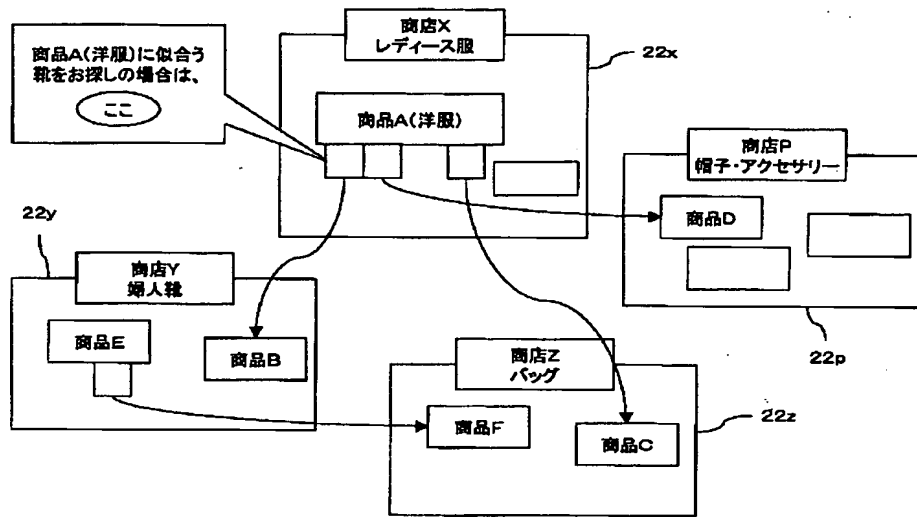
【図3】



【図4】



【図 2】



【図 5】

